



Quer fazer sexo com economia? Prudence lança embalagem econômica do preservativo Tutti-Frutti

Novo produto visa se adequar a maior procura dos consumidores por embalagens econômicas



A Prudence quer incentivar o sexo seguro e divertido com economia. É por isso que a marca de preservativo mais vendida no País* acaba de lançar uma nova versão da Prudence Tutti-Frutti, camisinha da linha Cores & Sabores, agora disponível em embalagem com seis unidades. O produto, que já é comercializado em pack com três camisinhas, vem atender a uma grande demanda atual do mercado. Nos últimos meses, a DKT do Brasil, empresa detentora da marca, notou o crescimento da procura e compra de embalagens econômicas, que oferecem mais preservativos com menor valor unitário.

A nova versão deixa o portfólio da marca ainda mais completo, com mais de 40 itens. Só a linha Cores & Sabores possui mais nove variações, além da Tutti-Frutti: Morango, Caipirinha, Hortelã, Melancia, Uva, Chocolate, Vinho Espumante, Melão e Café. A Prudence comercializa ainda a Morangão, camisinha com cor e sabor de Morango, e ainda com o tamanho maior, de 58mm – o maior diâmetro do mercado.

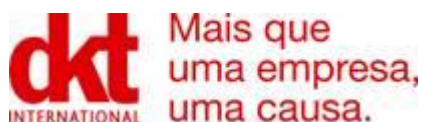
Além do lançamento, a Prudence conta outros produtos em embalagem econômica. Da linha Cores & Sabores estão disponíveis as versões Uva, Hortelã e Melancia com seis unidades, além do Prudence Mix, com 12 camisinhas variadas, dos sabores Morango, Chocolate, Hortelã e Tutti-Frutti (3 de cada). Da linha de preservativos texturizados, a marca vende a Extreme e a Ultra Sensível em pacotes de seis e três unidades. Já o modelo clássico pode ser encontrado em versões de três, seis e 12 unidades.

A Prudence Tutti-Frutti com seis unidades chega ao mercado com o preço sugerido de R\$ 7.



* Fonte: Dados Nielsen Retail Index 2.0, Volume (unidades) / Base Preservativos Masculinos / TOTAL BRASIL – INA + INFC – Nov/Dez 2016 a Jul/Ago 2017

Conheça a DKT International:



Fundada em 1989, por Philip D. Harvey, a DKT International é uma organização sem fins lucrativos especializada na implantação de programas de planejamento familiar e prevenção de DSTs e Aids ao redor do mundo, contando

com inúmeros projetos em 30 países.

Só em 2016, mais de 33 milhões de casais foram protegidos – índice CYP (Couple Years of Protection), o que corresponde a um crescimento de 10% em relação ao ano anterior, com 30 milhões. Os dados fazem parte do relatório anual, que traz o balanço que comprova o impacto dos projetos humanitários aplicados pela entidade anualmente.

Com 27 anos de atuação no País, a DKT do Brasil é detentora das marcas Andalan (AIUs) e Prudence, que contempla a maior linha de camisinhas do mercado, além de outros produtos como géis lubrificantes, estimuladores, coletor menstrual descartável e lenço umedecido. A unidade brasileira mantém diversos programas de marketing social, que incluem também o apoio a ONGs (Organizações Não Governamentais). É a única empresa no Brasil totalmente especializada em planejamento familiar.



Mais informações em www.dkt.com.br, www.useprudence.com.br e www.prudencesoftcup.com.br.

SD&PRESS CONSULTORIA

(11) 3876-4070; www.sdpress.com.br; @sdpress; facebook.com/sdpress

CAROLINE CORREA caroline.correa@sdpress.com.br

DANIELLE MENDES danielle.mendes@sdpress.com.br

MARIANA LARSSON mariana.larsson@sdpress.com.br

SERGIO DUARTE sergio.duarte@sdpress.com.br

NOVEMBRO, 2017
